

Hukuk Bülteni

Ticaret ve Borçlar Hukuku | Mart 2022

REKLAM VE FİYAT ETİKETİ MEVZUATINDA TÜKETİCİYİ KORUYAN DEĞİŞİKLİKLER

Geçtiğimiz şubat ayında reklam ve fiyat etiketi mevzuatında, tüketicinin doğru şekilde bilgilendirilmesini amaçlayan köklü değişiklikler yapıldı. 1 Şubat 2022 tarihli Resmî Gazete’de yayımlanan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ve 18 Şubat 2022 tarihli Resmî Gazete’de yayımlanan Fiyat Etiketleri Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik, özellikle gıda, tekstil, kozmetik, kırtasiye ve benzeri alanlarda hizmet gösteren perakende firmaları, reklam ve pazarlama birimleri ile e-ticaret firmaları açısından önemli düzenlemeler getirdi. Aşağıda detayları ile ele alınacak bu değişiklikler, 1 Mart 2022 tarihinde yürürlüğe girerek uygulanmaya başlandı.

1. Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’ndeki Değişiklikler

İndirimli Satış

Değişiklik öncesinde, bir ürünün indirimden önceki satış fiyatının (çarpılı fiyatın) tespitinde, doğrudan ürünün bir önceki fiyatı esas alınmaktaydı. Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nde (“**Reklam Yönetmeliği**”) yapılan değişiklik ile, indirimden önceki satış fiyatının tespitinde, meyve, sebze gibi çabuk bozulabilen ürünler hariç olmak üzere, indirim tarihinden önceki otuz gün içerisinde uygulanan en düşük fiyatın baz alınacağı düzenlenmiştir. Ticaret Bakanlığı, bu düzenleme ile amacın “indirimli satış aldatmacalarının” engellenmesi olduğunu açıklamıştır.

KOLCUOĞLU DEMİRKAN KOÇAKLI

Aynı yönetmelikte yapılan değişiklikle, kişiselleştirilmiş fiyat kavramı "*bir mal veya hizmete ilişkin olarak tüketicinin satın alma davranışı ve diğer kişisel verileri analiz edilerek sunulan fiyat*" şeklinde tanımlanarak mevzuata girmiştir. Bu kapsamda, Reklam Yönetmeliği'ne göre, tüketiciye kişiselleştirilmiş fiyat sunulduğu söylenmeli, güncel satış fiyatı ve kişiselleştirilmiş fiyat aynı alanda tüketiciye gösterilmeli, böylece tüketicinin karşılaştırma yapmasına imkân sağlanmalıdır.

Finansal Hizmetlerle İlgili Reklamlar

Reklam Yönetmeliği'ndeki yeni değişiklikle, bağlı kredi ile satışa sunulan mal ve hizmetlerle ilgili reklamlara ilişkin bazı yükümlülükler getirilmiştir. Buna göre ya reklamın kendisinde ya da reklamın yönlendireceği internet sitesinde, bağlı kredinin vadesine, faiz oranına, tüketiciye toplam maliyetinin aylık ve yıllık yüzde değerine ve geri ödeme koşullarına yer verilmesi gerekmektedir.

İnternet Üzerinden Sunulan Mal ve Hizmetler

Reklam Yönetmeliği, internet ortamında benzer mal ve hizmetler listelenirken, hangi sıralama yönteminin kullanıldığının tüketiciye gösterilmesini zorunlu tutmuştur. Bir mal veya hizmet eğer bir reklam veya sponsorluk anlaşmasına dayanılarak önde gösterilmişse, bunun açıkça "reklam" ibaresi ile işaretlenmesi gerektiği düzenlenmiştir.

Reklam Yönetmeliği, internet ortamında tüketicilerin değerlendirme yapabildiği hallerde satıcı, sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcılara çeşitli yükümlülükler getirmiştir. Bu kapsamda getirilen yükümlülüklerden biri, değerlendirmeleri sadece mal veya hizmeti satın alanların yapmasını sağlama yükümlülüğüdür. Bunun yanı sıra getirilen diğer bir yükümlülük, değerlendirmelerin objektif ölçütlere göre seçilmesi, sıralanması, en az bir yıl süreyle yayınlanması ve yayınlamaya ilişkin usul ve esaslar konusunda tüketicinin bilgilendirilmesidir. Değerlendirmeye konu bir tüketici mağduriyeti giderildiyse, bunun gecikmeksizin aynı alanda yayınlanacağı da hüküm altına alınmıştır. Ayrıca, mal ve hizmeti onaylayan veya gerçeği yansıtmayan ifadelerin kullanılmasına ilişkin sözleşme yapılamayacağı ve mevzuata aykırı sağlık beyanı içeren bir değerlendirmenin yayınlanamayacağı düzenlenmiştir.

Ayrıca, Reklam Yönetmeliği, internet ortamında tüketici şikayetlerinin yayınlandığı platformlara çeşitli yükümlülükler getirmiştir. Satıcı ve sağlayıcılara şikâyetin yayınlanması öncesinde açıklama yapmak için en az 72 saat süre tanınacağı, bu süre dolmadan şikâyetin gerçeği yansıtmadığının anlaşılması üzerine şikâyetin yayınlanmayacağı, bu şikâyetlere cevap verme hakkının üyelik, ücret vb. uygulamalara tabi tutulamayacağı düzenlenmiştir. Bu düzenlemelerle amaçlanan, e-ticaret yöntemi ile alışveriş yapan tüketicilerin ilgili platformda etkin ve doğru yönlendirilmesinin sağlanmasıdır.

2. Fiyat Etiketleri Yönetmeliği'ndeki Değişiklikler

Fiyat Etiketleri Yönetmeliği, Reklam Yönetmeliği'ndeki değişikliklerle aynı doğrultuda, indirimden önceki satış fiyatının belirlenmesinde indirimden önceki son otuz gün içerisindeki en düşük fiyatın

KOLCUOĞLU DEMİRKAN KOÇAKLI

baz alınacağını düzenlemektedir. Denetimlerde etikette yer verilen indirimden önceki (çarpılı) fiyatın son otuz gün içerisindeki en düşük fiyat olduğunu ispat etme yükü satıcı veya sağlayıcıdır.

Tüketicinin daha doğru şekilde bilgilendirilmesi için, etiketin Türkçe yazılmış olması zorunluluğu getirilmiş, depozito bedelinin söz konusu olduğu ürünlerde, bu tutarın açıkça yazılacağı ve malın birim fiyatı ile satış fiyatının net miktar üzerinden belirleneceği ifade edilmiştir.

3. Yaptırım

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ("TKHK"), müfettişlerin, gümrük ve ticaret denetmenlerinin ve Bakanlıkça görevlendirilecek personelin denetleme, inceleme ve araştırma yapma yetkisi olduğunu düzenlemektedir. Buna istinaden, şikâyet üzerine veya re'sen reklam ve fiyat etiketi mevzuatına uyumluluğa ilişkin denetimler yapılmaktadır. Reklama ilişkin aykırılıklarda Reklam Kurulu, reklamın yayınlandığı mecraaya göre değişen miktarlarda idari para cezası, reklamın durdurulması ve düzeltilmesi yaptırımlarından biri veya birkaçını uygulayabilir. Etikete ilişkin aykırılıklarda ise her bir işlem ve sözleşme için idari para cezası uygulanır.

4. Sonuç

TKHK'nın temel amacı, "*tüketiciyi aydınlatıcı ve bilinçlendirici önlemleri almak*"tır. Gerek fiyatların artırılıp düşürülerek indirim yapıldığı görüntüsü oluşturmayı amaçlayan yanıltıcı kampanyalar, gerek tüketicilerin mal veya hizmete ilişkin değerlendirme ve şikayetlerini ifade ettiği platformların suiistimal edilmeye açık olması tüketici menfaatine aykırıdır. 1 Mart 2022 tarihinde yürürlüğe giren bu değişiklikler, tüketici menfaatini olumsuz etkileyen bu alanlarda tüketicinin aydınlatılması ve bilinçlendirilmesini amaçlamaktadır.

İLETİŞİM



Av. Iğın Burçay Duran

ibduran@kolcuoglu.av.tr



Stj. Av. Begüm Acar

bacar@kolcuoglu.av.tr